

LAMPIRAN

Kuesioner Pengaruh antara inovasi dengan keputusan pembelian jasa

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Status : SMP / SMA / Kuliah / Bekerja

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu pernyataan yang paling sesuai menurut pendapat Saudara/Saudari yang menyangkut pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian jasa dengan memberikan tanda centang (V) pada kolom jawaban yang Saudara/Saudari anggap paling sesuai.

Setelah memberikan tanda centang (V) pada kolom jawaban, Saudara/Saudari diharuskan untuk **memberikan alasan** mengapa memilih jawaban tersebut pada kolom yang sudah disediakan

Keterangan Kolom Jawaban:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Pernyataan yang berkaitan dengan : Keunggulan Relatif (X1)					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Kelas MTL atau sejenisnya belum ada di tempat kursus lain				
Apa keunikan / keunggulan dari kelas MTL ? Sebutkan :					

Pernyataan yang berkaitan dengan : Kompatibilitas (X2)					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mendapatkan hasil yang positif dari kelas MTL yang saya ikuti				
Seperti apa contohnya ?					
2	Harga kursus MTL sudah sesuai dengan fasilitas dan hasil yang didapat oleh saya				
Apa alasannya ?					
3	Kelas MTL yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya				
Apa alasannya ?					

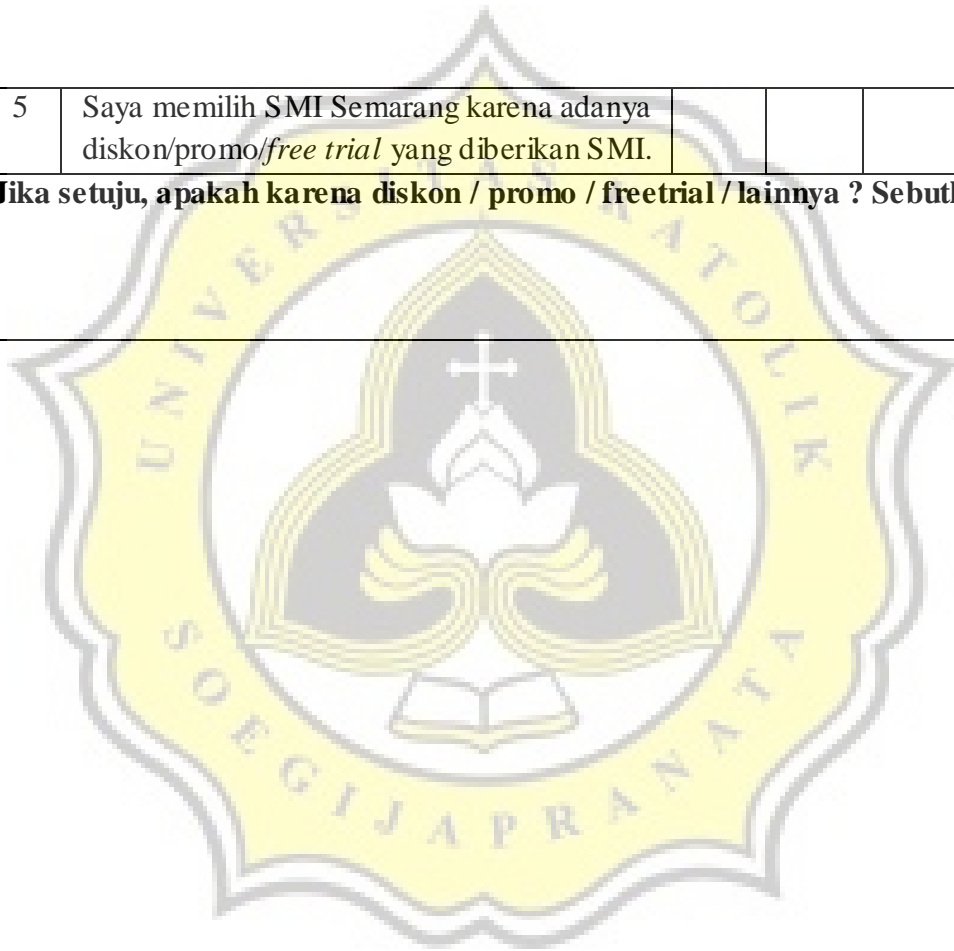
Pernyataan yang berkaitan dengan : Kompleksitas (X3)					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya sulit memahami materi pembelajaran di kelas MTL				
Apa alasannya ?					
2	Saya kesulitan untuk menggunakan software yang diajarkan / disediakan di kelas MTL				
Apa alasannya ?					

Pertanyaan yang berkaitan dengan : Divisibilitas (X4)					
No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Dengan merek SMI yang terkenal dengan teknologinya, Apakah fasilitas di kelas MTL telah sesuai?				
Apa alasannya ?					
2	Dengan merek SMI yang terkenal dengan teknologinya, apakah pelaksanaan kelas MTL sudah baik?				
Apa alasannya ?					

Pernyataan yang berkaitan dengan : Komunikabilitas (X5)					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Yang ditawarkan / yang dijelaskan oleh SMI tentang MTL sesuai dengan yang saya dapat saat kursus				
Apakah semua yang dijelaskan oleh pihak SMI tentang kelas MTL sesuai dengan apa yang didapat dan diajarkan saat di kelas ? Jika ya / tidak, seperti apa contohnya ?					
2	Saya sering mendengar tentang kelas MTL yang ditawarkan SMI baik melalui media sosial, brosur, spanduk, konser, dan media promosi lainnya.				
Darimana anda mengetahui tentang SMI dan kelas MTL nya ? Sebutkan :					

Pernyataan yang berkaitan dengan : Keputusan pembelian (Y)					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya memilih SMI Semarang karena adanya kelas MTL				
Apa alasannya ?					
2	Saya memilih SMI Semarang karena SMI sudah terbukti terpercaya				
Apa alasannya ?					

3	Saya memilih SMI Semarang karena SMI merupakan sekolah musik yang terkenal				
Apa alasannya ?					
4	Saya memilih SMI Semarang karena lokasi yang dekat dengan tempat tinggal saya				
Apa alasannya ?					
5	Saya memilih SMI Semarang karena adanya diskon/promo/ <i>free trial</i> yang diberikan SMI.				
Jika setuju, apakah karena diskon / promo / freetrial / lainnya ? Sebutkan :					



Daftar Pertanyaan Wawancara Karakteristik Usaha

A. Pendahuluan

1. Apakah Bp/Ibu bisa menceritakan bagaimana awal usaha ini didirikan?
2. Apa visi dan misi SMI Semarang ?

B. Struktur Modal

3. Darimana sumber modal yang Bp/Ibu peroleh untuk mendirikan usaha ini? Apakah dari modal sendiri atau modal pinjaman? Jika menggunakan keduanya, berapa persentase menggunakan modal sendiri dan modal pinjaman?

C. Lingkungan Usaha

4. Bagaimana pendapat Bp/Ibu tentang persaingan kursus musik di kota Semarang ini? Menurut Bp/Ibu, kursus musik manakah yang saat ini berkembang sangat pesat? Bagaimana cara Bp/Ibu menghadapi persaingan dengan kursus musik yang lain?
5. Ada / tidak dukungan dari pemerintah untuk kursus musik ini? Jika ada, seperti apa bentuk dukungannya?

D. Strategi Bisnis

6. Apa keunggulan secara umum maupun teknologi yang dimiliki SMI dibandingkan dengan kursus musik yang lain?
7. Bagaimana cara Bp/Ibu memberikan pelayanan kepada konsumen?
Bagaimana cara Bp/Ibu menangani keluhan dari pelanggan ?
8. Bagaimana cara SMI Semarang untuk mempromosikan produk?

9. Bagaimana Bp/Ibu merekrut dan menyeleksi guru yang akan mengajar di tempat ini? Lalu adakah program pelatihan untuk mengembangkan kemampuan guru-guru di tempat ini? Jika ada, seperti apa program pelatihannya ? Jika tidak ada, kenapa?



Struktur Modal

1. **Darimana sumber modal yang Bp/Ibu peroleh untuk mendirikan usaha ini? Apakah dari modal sendiri atau modal pinjaman? Jika menggunakan keduanya, berapa persentase menggunakan modal sendiri dan modal pinjaman?**

Jawaban :

Kami menggunakan modal sendiri 100%

Lingkungan Usaha

2. **Bagaimana pendapat Bp/Ibu tentang persaingan kursus musik di kota Semarang ini? Menurut Bp/Ibu, kursus musik manakah yang saat ini berkembang sangat pesat? Bagaimana cara Bp/Ibu menghadapi persaingan dengan kursus musik yang lain?**

Jawaban :

Sebenarnya mereka bukan kompetitor karena kami menawarkan sesuatu yang berbeda, ibaratnya orang melihat memang bentuknya sama yaitu kursus musik tetapi kami tidak menyebut mereka kompetitor karena konsepnya berbeda. Kami filosofinya “education through music” dalam arti kami mendidik anak melalui musik, bukan “music through education”. Dimana anak-anak tidak mendapatkan pendidikan musik saja tetapi mendapatkan lain-lain. Karena kami ingin hasilnya dapat diaplikasikan di dunia nyata ketika mereka sudah lulus dari SMI. Misalkan sekarang musik bukan menjadi

sebuah pilihan profesi yang favorit, kami mengharapkan 5 – 10 tahun ke depan musik dapat menjadi satu pilihan profesi yang favorit karena memang di dunia musik banyak yang bisa dikerjakan. Jadi kami ingin apa yang mereka belajari dapat menjadi bekal untuk dikemudian hari.

Kalau yang berkembang memang cukup banyak sekarang seperti kursus rumah tangga dimana mereka mengajarkan piano klasik, lalu ada Yamaha yang sudah berusia 120 tahun dan itu sudah cukup kuat di Semarang, lalu ada nama besar seperti Purwacaraka. Kami sendiri memang menggunakan brand kami sendiri yaitu SMI karena ini memang sekolah anak Indonesia, jadi setiap anak bisa bergabung di sini.

Kursus-kursus musik tersebut memang bukan merupakan ancaman bagi kami tetapi mereka kami anggap sebagai informing untuk distimulus untuk lebih kreatif. Jadi lebih untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda, karena kami ingin efek besarnya adalah supaya anak-anak Semarang dapat belajar dengan pintar dan mengembangkan kreatifitas mereka dimana itu semua dapat berdampak bagi kota Semarang. Dengan sesuatu yang berbeda dan kreatif, orang Semarang dapat memiliki stimulus dan ide untuk berkembang dan tentunya kembali untuk perkembangan kota Semarang dalam bidang seni dan musik.

3. Ada / tidak dukungan dari pemerintah untuk kursus musik ini? Jika ada, seperti apa bentuk dukungannya?

Jawaban :

Sampai saat ini belum ada. Tapi sekarang pemerintah sedang menggalangkan dimana semua kursus-kursus musik harus memiliki satu standar yang jelas sesuai dengan akreditasi. Dari situ pemerintah ada beberapa fasilitas seperti sertifikasi dan lainnya. Tapi memang harus disiapkan dulu lembaganya supaya memiliki sertifikasi yang bagus yang diharapkan oleh dinas. Jadi dukungan pemerintah hanya sebatas itu.

Di tempat kami kan ada sesuatu dalam bentuk teknologi dan multimedia maka dari assesornya pun di Indonesia belum ada yang disediakan pemerintah. Memang untuk piano dan alat musik yang lain memang ada tetapi kami memiliki sesuatu yang berbeda yaitu musik teknologi berbasis multimedia. Ibaratnya standarisasinya belum ada bahkan SMI ini adalah pioner nya.

Strategi Bisnis

4. Apa keunggulan secara umum maupun teknologi yang dimiliki SMI dibandingkan dengan kursus musik yang lain?

Jawaban :

Kita menjual 4 *products* yaitu *musicianship*, *performance composition*, *production composition*, dan *focus area study*. Kalau *musicianship* itu 3 in 1, jadi mereka akan mengalami pembelajaran di kelas privat, grup (band / ensemble), dan MTL. Terus ada yang 2 in 1, jadi jika ada anak yang senang

tampil, entah ke depannya mau jadi artis atau lainnya, maka mereka akan dimasukkan ke dalam *performance composition* yaitu kelas private dan grup (band / ensemble). Terus kalau ada anak yang senang produksi, membuat musik dimana ke depan ingin jadi *songwriter, arranger, music illustrator* ataupun *recording*, mereka akan dimasukkan dalam *production composition* yaitu mendapatkan kelas private dan MTL. Di *focus area study*, dimana sang anak hanya ingin fokus di satu kelas aja yaitu misal kelas privat atau kelas grup saja.

SMI juga mengusung yang pertama konsep musik teknologinya yaitu anak-anak dari kecil diperkenalkan dengan musik teknologi baik software dan hardware. Contohnya anak-anak dimudahkan cara belajarnya dengan software seperti anak belajar membuat not balok. Di tempat kami mereka membuat not balok bisa dengan mudah, kalau tempat kursus musik lain dengan cara manual tetapi kalau di computer, anak bisa langsung mendengarkan hasil penulisan not baloknya dan sekaligus meng-aransemen, dan kemudian ditambah dengan software-software yang lain. Dengan kemajuan teknologi yang sekarang, kalau ada orang mau *recording / rekaman* susah, harus mengeluarkan uang lebih banyak karena harus ke studio. Nah sekarang di tempat kami ndak perlu sampai seperti itu tetapi mereka bisa *recording* sendiri. Dan anak-anak diperkenalkan kepada multimedia dimana mereka menggunakan semua media untuk mempresentasikan hasil karyanya. Juga dari situ, SMI juga 21 century music school ready dalam arti segala sesuatu yang dibutuhkan di abad 21, kami mengajarkan hal itu. Kami

mengembangkan creativity, collaboration, dan critical thinking. Jadi ketika mereka membuat project-project, ada hal-hal yang terkait yaitu ada kreativitasnya, harus punya critical thinking yang menjadi dasar yang jelas mengapa memilih konsep seperti itu dan tentunya dihubungkan dengan teori musik yang menunjang supaya mereka punya pemikiran yang fundamental tentang apa yang mereka kerjakan.

Lalu *education trough music* yang sudah saya jelaskan tadi juga menjadi keunggulan kami. Setelah itu ada *Project base learning* jadi murid belajar harus ada hasil tujuannya dimana mereka harus membuat *project*. Jadi bukan hanya sekedar belajar tetapi mereka pada saat akhir pembelajaran mereka harus menghasilkan sesuatu *project* yang harus mereka kerjakan (teori dan praktek harus disatukan, bukan hanya menang di teori saja).

Kami juga ada Foundation of Music dari anak usia 3 tahun. Lalu ada intermediate music course (IMC) untuk mempersiapkan mereka ke kelas private yang lebih spesifik. Kalau FOM itu pengenalan dimana anak-anak usia 3 tahun diperkenalkan kepada musik, ritem, nada, alat musik, dan merangsang secara motoriknya. Lalu setelah itu IMC untuk mengetahui mereka itu tertarik di alat musik apa. Karena kadang yang orang tua inginkan berbeda dengan yang diinginkan anaknya. Jangan sampai anak-anak dipaksa untuk les alat musik tertentu tetapi biarkan mereka memilih alat musik apa yang mereka inginkan.

Untuk mengevaluasi proses pembelajaran, tiap anak mendapatkan *daily report* lalu ada *parents meeting* dimana anak menunjukkan kepada orang

tuanya apa yang dia bisa. Jadi anak tersebut menerangkan hasil yang mereka dapatkan ketika les kepada orang tua. Jadi setiap akhir level / tiap 6 bulan akan ada ujian untuk mengukur tingkat kemampuannya dan setelah itu anak akan mendapatkan *report* untuk naik ke level selanjutnya.

5. Bagaimana cara Bp/Ibu memberikan pelayanan kepada konsumen?

Bagaimana cara Bp/Ibu menangani keluhan dari pelanggan ?

Jawaban :

Tentunya kami ada *customer service* dimana kami punya standar dan peraturan yang kami terapkan. Dan dalam menghadapi *complain* dimana kadang orangtua tidak memahami konsep dari SMI. Di situ kami mencoba mengedukasi mereka. Pasti *complain* itu ada karena berhubungan dengan banyak orang tetapi kami mencoba mengedukasi mereka dimana mereka bisa mengerti konsep kami seperti apa.

Kami juga ada wawancara dengan orang tua untuk memastikan apa tujuan mereka menyekolahkan anaknya, mereka punya kelebihan apa sih, kira-kira apa yang harus kami perhatikan ketika anak les. Sekolah musik mana yang mengadakan wawancara seperti itu. Bahkan informasi ini setiap guru akan tahu. Jadi proses wawancara dilakukan oleh kepala sekolah dan wakilnya. Dimana informasi ini akan diterima oleh guru yang mengajar anak tersebut.

Customer service merupakan sumber informasi, jadi ada yang mengatur penjadwalan, lalu ada yang memberikan informasi tentang produk SMI dan seluk beluk tentang SMI, dan ada yang menangani soal pembayaran.

6. Bagaimana cara SMI Semarang untuk mempromosikan produk?

Jawaban :

Kalau promosi kami biasanya mengadakan pameran karena dampaknya cepat, lalu mengikuti *event-event* di sekolah (branding), bazaar, lewat media cetak online maupun offline. Kita juga punya website dan media sosial. Lalu sekarang ini lebih banyak *member get member*, jadi orang tua yang merekomendasikan teman-temannya akan mendapatkan potongan harga.

Kami juga ada *free trial class* dimana kami memberi waktu 15 menit bagi anak yang mau mencoba.

Kami juga sering mengadakan konser-konser. Konser besar / *Grand Concert* diadakan 2 tahun sekali dan menyewa tempat di luar karena melibatkan banyak sekali orang terutama orang tua. Kalau konser internal, kami sering mengadakan di lobby SMI. Terus ada event-event di Mall. Grand concert kami adakan 2 tahun sekali karena perlu persiapan yang lama dan jangan sampai bertabrakan dengan kurikulum kami. Yang susah adalah ketika harus menyesuaikan antara kebutuhan *performing* dengan kurikulum yang sedang berjalan.

Tetapi banyak kegiatan yang diadakan di lobby seperti *Masterclass*, konser-konser tunggal, konser per divisi maupun kolaborasi seperti vocal dan piano.

Karena di lobby, kami memfasilitasi mereka dengan suatu *stage* yang orang bisa datang dan melihat, walaupun tidak besar. Jadi bisa dicek di youtube kami di SMI Semarang itu ada beberapa video tentang *Grand concert* dan konser-konser lainnya.

Konser-konser itu memang bertujuan untuk melatih kepercayaan diri karena bermain di dalam ruangan dan bermain di luar kan sudah berbeda. Dan bermain di depan banyak orang juga pasti ada tekanannya dan harus bisa menguasai emosi pada saat dia main. Karena kadang-kadang kan ada anak yang ingin menonjol ketika di depan, maka dari itu mereka harus bisa menguasai diri dengan baik saat mereka tampil karena itu hal yang susah. Dan anak-anak perlu jam terbang untuk itu.

Efek samping dari konser-konser seperti itu memang menjadi sarana promosi. Jadi ketika orang lain melihat anak-anak *perform*, mereka juga bisa melihat kualitas dari SMI dan sekaligus mendukung mereka bahwa pembelajaran musik bisa seperti ini.

- 7. Bagaimana Bp/Ibu merekrut dan menyeleksi guru yang akan mengajar di tempat ini? Lalu adakah program pelatihan untuk mengembangkan kemampuan guru-guru di tempat ini? Jika ada, seperti apa program pelatihannya ? Jika tidak ada, kenapa?**

Jawaban :

Kami ada prosedur dan standar spesifikasinya seperti apa untuk rekrutmennya. Rata-rata sementara ini banyak yang dari rekomendasi jadi semisal saya punya guru disini dan dia punya teman lama yang bisa mengajar. Cara ini lebih efektif. Tetapi tetap ada wawancara, test, dan melihat karakternya bagaimana. Seleksinya tetapi di sini bukan di pusat karena setiap masing-masing SMI memiliki otonomi sendiri.

Kalau program pelatihan guru ada namanya *training on trainer* (ToT) yaitu selain mereka menerima *internal training*, kami juga bekerja sama dengan pihak luar untuk mengupgrade guru dalam bentuk *masterclass*, *workshop*, *training*. Tetapi tidak hanya masalah *hardskill* (kemampuan bermain) yang mereka kembangkan tetapi juga *softskill* yaitu bagaimana cara mengajar, dan kami mendatangkan psikolog untuk mengajarkan mereka mempelajari psikologi anak. Dan itu dilakukan secara berkala.



UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Kompatibilitas (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,13	2,051	1,432	3

Kompleksitas (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6,27	1,030	1,015	2

Divisibilitas (X₄)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6,53	1,154	1,074	2

Komunikabilitas (X₅)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6,20	1,338	1,157	2

Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,80	3,959	1,990	5

FREQUENCY TABLE

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	19	63,3	63,3	63,3
	Perempuan	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Usia (Tahun)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	4	13,3	13,3	13,3
	13	4	13,3	13,3	26,7
	14	6	20,0	20,0	46,7
	15	4	13,3	13,3	60,0
	16	6	20,0	20,0	80,0
	17	2	6,7	6,7	86,7
	19	1	3,3	3,3	90,0
	20	2	6,7	6,7	96,7
	22	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekerja	2	6,7	6,7	6,7
	Kuliah	2	6,7	6,7	13,3
	SMA	9	30,0	30,0	43,3
	SMP	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

FREQUENCY TABLE

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	5	16,7	16,7	16,7
	3	22	73,3	73,3	90,0
	2	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43,3	43,3	43,3
	3	16	53,3	53,3	96,7
	2	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43,3	43,3	43,3
	3	16	53,3	53,3	96,7
	1	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	12	40,0	40,0	40,0
	3	17	56,7	56,7	96,7
	2	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	6	20,0	20,0	20,0
	3	21	70,0	70,0	90,0
	2	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	8	26,7	26,7	26,7
	3	19	63,3	63,3	90,0
	2	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	12	40,0	40,0	40,0
	3	16	53,3	53,3	93,3
	2	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	9	30,0	30,0	30,0
	3	18	60,0	60,0	90,0
	2	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	7	23,3	23,3	23,3
	3	19	63,3	63,3	86,7
	2	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	7	23,3	23,3	23,3
	3	19	63,3	63,3	86,7
	2	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	2	6,7	6,7	6,7
	3	24	80,0	80,0	86,7
	2	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	8	26,7	26,7	26,7
	3	19	63,3	63,3	90,0
	2	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	5	16,7	16,7	16,7
	3	21	70,0	70,0	86,7
	2	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	6	20,0	20,0	20,0
	3	15	50,0	50,0	70,0
	2	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	3,3	3,3	3,3
	3	21	70,0	70,0	73,3
	2	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

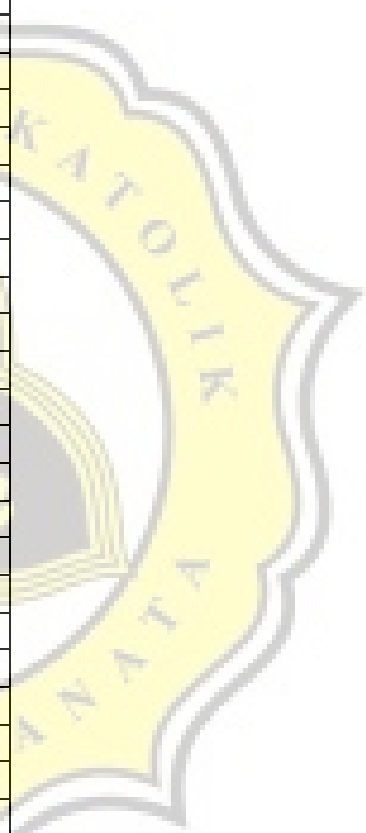
DATA PENELITIAN

No.	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Status
1	Perempuan	13	SMP
2	Laki-laki	14	SMP
3	Laki-laki	15	SMP
4	Perempuan	14	SMP
5	Laki-laki	12	SMP
6	Laki-laki	13	SMP
7	Perempuan	14	SMP
8	Perempuan	14	SMP
9	Laki-laki	13	SMP
10	Laki-laki	15	SMP
11	Perempuan	14	SMP
12	Laki-laki	13	SMP
13	Laki-laki	12	SMP
14	Perempuan	12	SMP
15	Laki-laki	15	SMP
16	Laki-laki	12	SMP
17	Laki-laki	14	SMP
18	Perempuan	16	SMA
19	Perempuan	16	SMA
20	Laki-laki	16	SMA
21	Laki-laki	17	SMA
22	Laki-laki	16	SMA
23	Laki-laki	15	SMA
24	Perempuan	16	SMA
25	Perempuan	17	SMA
26	Laki-laki	16	SMA
27	Perempuan	20	Kuliah
28	Laki-laki	20	Kuliah
29	Laki-laki	22	Bekerja
30	Laki-laki	19	Bekerja

No.	Keunggulan Relatif (X1)	TOTAL_X1	Kompatibilitas (X2)			TOTAL_X2
	X1.1		X2.1	X2.2	X2.3	
1	3	3	4	3	4	11
2	4	4	4	4	3	11
3	3	3	3	3	3	9
4	3	3	4	4	4	12
5	4	4	4	4	4	12
6	3	3	4	4	3	11
7	4	4	3	3	3	9
8	3	3	3	3	4	10
9	2	2	2	1	3	6
10	3	3	4	4	4	12
11	3	3	3	3	3	9
12	3	3	3	4	3	10
13	3	3	3	4	4	11
14	3	3	3	4	3	10
15	3	3	3	4	3	10
16	4	4	4	4	4	12
17	3	3	3	3	3	9
18	3	3	4	4	4	12
19	3	3	4	3	4	11
20	4	4	4	4	4	12
21	3	3	3	3	3	9
22	3	3	3	3	4	10
23	3	3	4	3	4	11
24	3	3	4	4	3	11
25	3	3	4	3	3	10
26	3	3	3	3	3	9
27	2	2	3	3	2	8
28	2	2	3	3	3	9
29	3	3	3	3	3	9
30	3	3	3	3	3	9

No.	Kompleksitas (X3)		TOTAL_X3	Divisibilitas (X4)		TOTAL_X4	Komunikabilitas (X5)		TOTAL_X5
	X3.1	X3.2		X4.1	X4.2		X5.1	X5.2	
1	3	3	6	3	3	6	3	3	6
2	4	4	8	4	4	8	3	3	6
3	3	3	6	3	3	6	2	2	4
4	4	4	8	4	4	8	3	3	6
5	3	4	7	4	4	8	3	3	6
6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
7	3	3	6	4	3	7	3	4	7
8	3	3	6	4	2	6	3	3	6
9	2	3	5	2	2	4	2	2	4
10	3	4	7	4	4	8	4	4	8
11	3	3	6	3	3	6	3	3	6
12	3	3	6	3	3	6	3	3	6
13	3	3	6	3	3	6	3	3	6
14	3	3	6	3	3	6	3	3	6
15	3	3	6	4	3	7	3	3	6
16	4	4	8	3	4	7	4	4	8
17	3	3	6	3	3	6	3	3	6
18	4	4	8	4	4	8	4	4	8
19	3	3	6	4	4	8	3	3	6
20	3	4	7	4	3	7	4	4	8
21	2	3	5	3	3	6	3	2	5
22	3	3	6	3	4	7	2	3	5
23	3	3	6	3	3	6	3	3	6
24	4	4	8	4	4	8	3	3	6
25	3	3	6	3	3	6	4	4	8
26	3	3	6	3	3	6	4	4	8
27	2	2	4	2	2	4	2	2	4
28	3	2	5	3	3	6	3	3	6
29	4	3	7	4	3	7	4	3	7
30	3	2	5	3	3	6	3	3	6

No.	Keputusan Pembelian					TOTAL_Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	2	3	14
4	4	3	3	4	3	17
5	3	4	4	3	3	17
6	3	3	3	3	3	15
7	4	3	3	4	2	16
8	3	4	3	2	3	15
9	2	2	2	2	2	10
10	3	4	3	4	3	17
11	3	3	3	2	3	14
12	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	3	2	14
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	3	3	15
16	3	4	4	3	4	18
17	3	3	2	3	2	13
18	3	4	4	3	3	17
19	3	3	3	4	3	16
20	3	4	3	4	3	17
21	2	3	3	2	2	12
22	2	4	4	2	3	15
23	3	3	3	3	2	14
24	3	3	3	4	3	16
25	3	3	3	3	3	15
26	3	3	3	3	3	15
27	2	2	2	2	2	10
28	3	3	3	2	2	13
29	3	3	3	3	3	15
30	3	2	2	2	3	12



No.	Keunggulan Relatif (X1)	Rerata	Kompatibilitas (X2)			Rerata	Kompleksitas (X3)		Rerata
	X1.1		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	
Frekuensi									
SS	5		13	13	12		6	8	
S	22		16	16	17		21	19	
TS	3		1	0	1		3	3	
STS	0		0	1	0		0	0	
Total	30		30	30	30		30	30	

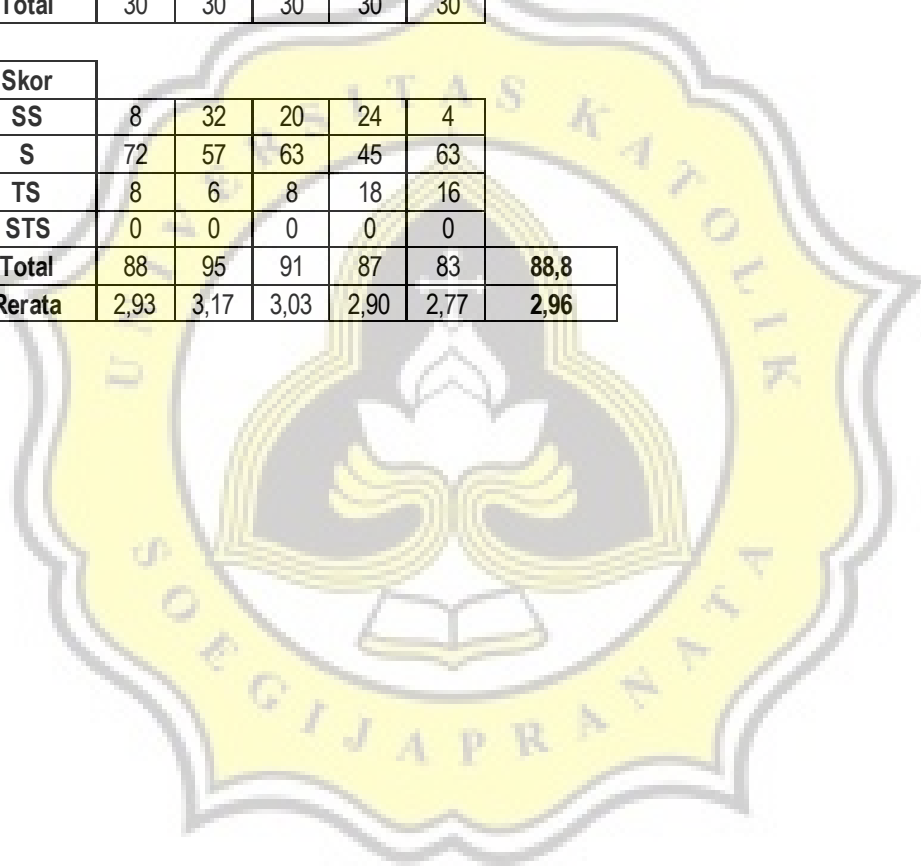
Skor									
SS	20		52	52	48		24	32	
S	66		48	48	51		63	57	
TS	6		2	0	2		6	6	
STS	0		0	1	0		0	0	
Total	92	92	102	101	101	101,3	93	95	94,0
Rerata	3,07	3,07	3,40	3,37	3,37	3,38	3,10	3,17	3,13

No.	Divisibilitas (X4)		Rerata	Komunikabilitas (X5)		Rerata
	X4.1	X4.2		X5.1	X5.2	
Frekuensi						
SS	12	9		7	7	
S	16	18		19	19	
TS	2	3		4	4	
STS	0	0		0	0	
Total	30	30		30	30	

Skor						
SS	48	36		28	28	
S	48	54		57	57	
TS	4	6		8	8	
STS	0	0		0	0	
Total	100	96	98,0	93	93	93,0
Rerata	3,33	3,20	3,27	3,10	3,10	3,10

No.	Keputusan Pembelian					Rerata
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Frekuensi						
SS	2	8	5	6	1	
S	24	19	21	15	21	
TS	4	3	4	9	8	
STS	0	0	0	0	0	
Total	30	30	30	30	30	

Skor						
SS	8	32	20	24	4	
S	72	57	63	45	63	
TS	8	6	8	18	16	
STS	0	0	0	0	0	
Total	88	95	91	87	83	88,8
Rerata	2,93	3,17	3,03	2,90	2,77	2,96



1814 matches from 111 sources, of which 48 are online sources.

PlagLevel: 2.7%/90.4%

- [0] (696 matches, 0.0%/90.3%) from your PlagScan document "Stefano_Han...rang_(Tesis).docx" dated 2017-05-29
- [1] (25 matches, 0.4%/3.7%) from belitketpesawat-murah.blogspot.com/2013/10/struktur-modal-umkm.html
- [2] (23 matches, 0.4%/2.2%) from rizkisutianggraeni.blogspot.com/2015/03/kewirausahaan-tentang-bagaimana-menilai.html
- [3] (21 matches, 0.0%/2.2%) from library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-02013-MN Bab2001.pdf
- [4] (20 matches, 0.2%/1.9%) from halimahkhoirun.blogspot.com/2015/03/kewirausahaan-sumber-modal-usaha.html
- [5] (22 matches, 0.4%/1.9%) from rizkisutianggraeni.blogspot.com/
- [6] (20 matches, 0.4%/1.9%) from halimahkhoirun.blogspot.com/
- [7] (21 matches, 0.4%/1.8%) from www.rumahmakalah.com/2016/05/makalah-modal-dan-struktur-kerja-bab-ii.html
- [8] (15 matches, 0.0%/1.2%) from a PlagScan document of your organisation...Aya Putri (1).pdf" dated 2016-02-24
- [9] (11 matches, 0.1%/1.2%) from a PlagScan document of your organisation...0.0134 Fandy.docx" dated 2016-04-01
- [10] (16 matches, 0.2%/1.2%) from a PlagScan document of your organisation...Sharon Evlyn.docx" dated 2016-07-27
- [11] (14 matches, 0.0%/1.1%) from a PlagScan document of your organisation...johan hanang.docx" dated 2016-06-13
- [12] (14 matches, 0.0%/1.1%) from a PlagScan document of your organisation...johan hanang.docx" dated 2016-06-09
- [13] (9 matches, 0.1%/1.0%) from www.ilmusosial.info/2016/01/pengertian-macam-macam-sumber-dan-cara.html
- [14] (11 matches, 0.4%/1.1%) from fisika-atom.blogspot.com/2015/02/menilai-kebutuhan-usaha-dan-memproleh.html
- [15] (10 matches, 0.0%/1.2%) from mascerdas.blogspot.com/2015/12/makalah-manajemen-pemasaran-jasa.html
- [16] (15 matches, 0.0%/1.1%) from sekolahmusikindonesia.id/musicianship/
- [17] (14 matches, 0.0%/1.1%) from a PlagScan document of your organisation...tine Muliani.docx" dated 2016-06-29
(+ 1 documents with identical matches)
- [19] (12 matches, 0.0%/1.1%) from docplayer.info/434427-Pengaruh-kualitas-...ines-di-bandara-polonia-medan-tesis.html
- [20] (13 matches, 0.0%/1.0%) from a PlagScan document of your organisation...0.0082 Johan.docx" dated 2016-05-11
- [21] (14 matches, 0.0%/1.0%) from a PlagScan document of your organisation...pok2.Kelas4.1.pdf" dated 2016-07-18
- [22] (14 matches, 0.0%/1.0%) from a PlagScan document of your organisation...30.0030 Serly.pdf" dated 2016-05-02
- [23] (13 matches, 0.0%/1.0%) from a PlagScan document of your organisation...0167 DANIEL.docx" dated 2016-06-02
- [24] (9 matches, 0.0%/0.9%) from a PlagScan document of your organisation...a Eka Pratiwi.pdf" dated 2016-05-23
(+ 1 documents with identical matches)
- [26] (10 matches, 0.0%/0.9%) from a PlagScan document of your organisation...a Nur Latifah.pdf" dated 2016-05-23
- [27] (14 matches, 0.0%/1.0%) from sekolahmusikindonesia.id/performance/
- [28] (13 matches, 0.0%/0.9%) from a PlagScan document of your organisation...40.0110 Arum.docx" dated 2016-03-10
- [29] (10 matches, 0.0%/0.9%) from a PlagScan document of your organisation...IA ADININGSIH.pdf" dated 2016-10-21
- [30] (12 matches, 0.3%/1.1%) from digilib.unila.ac.id/23329/3/SKRIPSI TANPA BAB PEMBAHASAN.pdf
- [31] (9 matches, 0.0%/1.0%) from repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/21618/3/Chapter II.pdf
- [32] (12 matches, 0.0%/1.0%) from https://anitugasku.wordpress.com/2010/03/03/definisi-inovasi/
(+ 1 documents with identical matches)
- [34] (12 matches, 0.0%/1.0%) from dokumen.tips/documents/teori-inovasi.html
- [35] (8 matches, 0.8%/1.0%) from e-journal.uajy.ac.id/9433/3/2KOM04354.pdf
- [36] (8 matches, 0.0%/0.8%) from a PlagScan document of your organisation...0.0198 Gerry.docx" dated 2016-05-18
- [37] (14 matches, 0.0%/1.0%) from sekolahmusikindonesia.id/production/
- [38] (11 matches, 0.0%/0.8%) from alifvenus.blogspot.com/2013/01/inovasi.html
- [39] (10 matches, 0.2%/1.0%) from irsansuhaefri.blogspot.com/2011/05/pengaruh-kemampuan-dan-motivasi.html
(+ 1 documents with identical matches)
- [41] (9 matches, 0.0%/0.9%) from https://www.scribd.com/document/336770417/Makalah-Pemasaran-Jasa-study-kasus
- [42] (8 matches, 0.0%/0.8%) from a PlagScan document of your organisation...Anggi Nugroho.pdf" dated 2016-05-23
(+ 1 documents with identical matches)
- [44] (11 matches, 0.0%/0.8%) from a PlagScan document of your organisation...42.0042 Geby.doc" dated 2016-03-29
- [45] (10 matches, 0.0%/0.8%) from a PlagScan document of your organisation... arturo 1803.docx" dated 2016-10-18
- [46] (9 matches, 0.0%/0.9%) from sujudgandas.blogspot.com/2015/05/pengaruh-penyaluran-kredit-mikro.html
- [47] (9 matches, 0.0%/0.8%) from https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/BAB_2_11-38.pdf
- [48] (7 matches, 0.0%/0.8%) from repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/38168/Chapter II.pdf;sequence=4
- [49] (8 matches, 0.0%/0.9%) from moquizth-silva.blogspot.com/2015/05/v-behaviorurdefaultvml.o.html
- [50] (14 matches, 0.0%/0.7%) from a PlagScan document of your organisation...caria Kurnia.docx" dated 2016-09-20